


# Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di

similar papers at [core.ac.uk](http://core.ac.uk)

brought to you by  CORE

provided by Jurnal Administrasi Bisnis

## Purwakarta

**Naomi Renthia Uli Silaban**

*Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana,*

*Universitas Katolik Parahyangan, [naomi.renthia@gmail.com](mailto:naomi.renthia@gmail.com)*

---

### Abstract

*This study aims to analyze service quality effect to customers satisfaction towards customers loyalty at KSP Renthia Jaya, Purwakarta. In general the elements of services quality will create satisfaction and loyalty to customers. Service quality should be optimized and could meet customers expectation which deliver companys satisfaction and loyalty to keep struggling on intense competition. This research is a descriptive study that describes the effect of variables through hypothesis test. The respondent of this research are existing customers of Koperasi Simpan Pinjam Renthia Jaya during last 1-2 years. Number of respondents is 100 respondents which applied with probabilistic sampling. The research is conducted by simple regression analysis and multiple regression analysis supported by SPSS program. The result of the study shows that purposed hypothesis entirely obtain contributions as follows: 1) service quality has a positive effect towards satisfaction of KSP Renthia Jaya Purwakarta customers with 29,1% contributions, 2) satisfaction has a positive effect towards loyalty of KSP Renthia Jaya Purwakarta customers with 58,2% contributions, while 41,8% is contributed by other unexamined variables.*

**Keywords:** *Service Quality, Customers Satisfaction, Customers Loyalty*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Koperasi Simpan Pinjam Renthia Jaya, Purwakarta. Pada dasarnya unsur-unsur dari kualitas layanan akan menciptakan kepuasan dan loyalitas bagi para pelanggan. Kualitas layanan haruslah optimal dan diharapkan akan mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga menciptakan kepuasan dan loyalitas perusahaan untuk menjaga kelangsungan hidup suatu perusahaan ditengah persaingan yang ketat. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan adanya pengaruh antara variabel melalui pengujian hipotesa. Responden penelitian adalah pelanggan yang telah memakai jasa Koperasi Simpan Pinjam Renthia Jaya minimal 1-2 tahun

*Jurnal Administrasi Bisnis (2015), Vol.11, No.1: hal. 61–83, (ISSN:0216–1249)*

© 2015 Center for Business Studies. FISIP - Unpar .

terakhir. Jumlah responden penelitian ditetapkan sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu probabilistic sampling. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan regresi sederhana dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diacukan seluruhnya memperoleh dukungan yaitu 1) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta dengan kontribusi yang diberikan sebesar 29,1%, 2) kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta dengan kontribusi yang diberikan sebesar 58,2%, sedangkan 41,8% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti..

**Kata kunci:** Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

---

## 1. Pendahuluan

### 1.1. Latar Belakang

Sektor keuangan di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat menjelang akhir 1980-an terutama setelah dikeluarkannya Paket Kebijakan Juni 1983 dan Paket Kebijakan Oktober 1988. Kedua kebijakan tersebut melatarbelakangi perkembangan industri perbankan sebagai salah satu industri keuangan di Indonesia. Menurut Nirmalawati (2013) peran lembaga perbankan maupun non perbankan adalah sebagai lembaga intermediari dana untuk menyalurkan dana kepada industri-industri lain, sehingga persaingan dalam lembaga keuangan tersebut akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Menurut Rochmadi, Ikhsan (2001) gerakan koperasi sendiri mendeklarasikan sebagai suatu gerakan sudah dimulai sejak tanggal 12 Juli 1947 melalui Kongres Koperasi di Tasikmalaya. Koperasi simpan pinjam (KSP) menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat untuk mendapatkan dana dalam upaya memperbaiki taraf kehidupan, pemenuhan kebutuhan sehari-hari, dan mengembangkan usaha.

Menurut Gutomo (2012) Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah No. 19/Per/M.KUKM/XI/2008 tentang pedoman pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi dalam Pasal 19 ayat 1 yang berbunyi, Koperasi simpan pinjam dan unit simpan pinjam koperasi melayani anggota koperasi yang bersangkutan, calon anggota yang memenuhi syarat, koperasi lain dan atau anggotanya. KSP Rentha Jaya ini juga terbuka untuk melayani karyawan dan wiraswasta. Selain itu, KSP ini juga memiliki fasilitas pelayanan take over jaminan yang berasal dari koperasi lain. Persyaratan peminjaman uang sangat mudah. Untuk karyawan hanya melampirkan kartu jamsostek, saldo jamsostek, print out buku tabungan untuk 3 bulan terakhir, foto copy KTP dan kartu keluarga, pas foto, dan slip gaji, serta agunan tambahan. Sedangkan syarat untuk wiraswasta adalah sertifikat tahap atau BPKB. Berbagai persyaratan yang mudah tersebut menjadi daya tarik bagi nasabah maupun calon nasabah yang akan menggunakan jasa KSP Rentha Jaya. Hal

inilah yang membuat KSP Renthia Jaya tetap dapat bertahan bersaing dengan lembaga keuangan lain dalam pemberian fasilitas simpan pinjam.

Disini peneliti melakukan preliminary study tentang kualitas layanan kepada 30 anggota KSP RJ yang keluar. Adapun tanggapan baik masukan maupun keluhan yang didapatkan yaitu mengenai petugas yang kurang mengerti akan produk yang ditawarkan baik mengenai jaminan yang dijadikan syarat wajib, saat kredit sudah berjalan cenderung petugas tidak menjaga komunikasi yang baik mengenai pengantaran sisa gaji maupun pengambilan tagihan yang cenderung lama dari jatuh tempo yang ditetapkan. Ketidaksiapan maupun kurangnya perhatian dari petugas baik di lapangan maupun di kantor ini menyebabkan hubungan antar anggota kurang terjalin baik sehingga banyak anggota yang memilih keluar dan mencoba yang lain karena berharap mendapatkan kualitas layanan yang lebih dari KSP RJ ini. Menurut, Ikfi Akmalia (2012), tinggi rendahnya penilaian kualitas pelayanan dari KSP Renthia Jaya dipengaruhi oleh persepsi anggota pada kualitas layanan yang diberikan, di mana persepsi anggota pada kualitas pelayanan yang diberikan baik anggota akan merasa puas, dengan demikian juga sebaliknya anggota akan tidak puas jika persepsinya pada kualitas pelayanan buruk. Penelitian ini bertujuan untuk untuk meneliti tentang pengaruh dari kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di KSP Renthia Jaya.

## 1.2. *Perumusan Masalah*

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi kualitas layanan KSP RJ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan atas kualitas layanan KSP RJ?
3. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP RJ?
4. Apakah kepuasan pelanggan mampu menciptakan loyalitas pada KSP RJ?

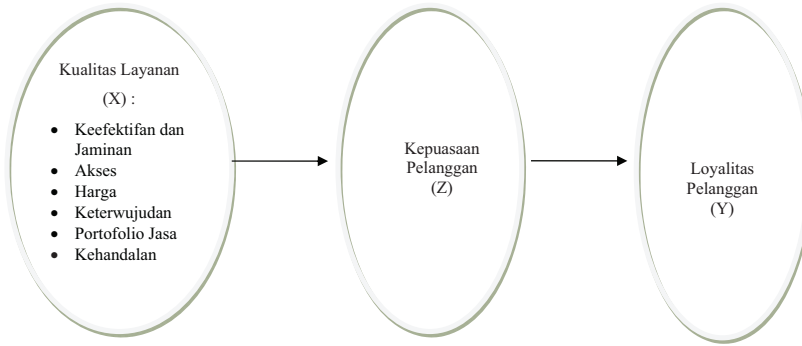
## 1.3. *Tujuan dan Kegunaan Penelitian*

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan yang meliputi 4 hal, pertama untuk mengetahui persepsi kualitas layanan KSP RJ, mengetahui kepuasan pelanggan atas kualitas layanan KSP RJ dan untuk mengetahui kualitas layanan mampu memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP RJ, serta untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan mampu menciptakan loyalitas KSP RJ.

## 1.4. *Hipotesis Penelitian*

Identifikasi Variabel Penelitian :

- Variabel Independent : Kualitas Layanan (X)



Gambar 1. Kerangka pemikiran

- Variabel Intervening : Kepuasan Pelanggan (Z)
- Variabel Dependent : Loyalitas (Y)

Dari kerangka pemikiran diatas, maka dapat dirumuskan dua hipotesis sebagai berikut :

$H_1$  : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

$H_2$  : Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1. Kualitas Layanan

Service quality (kualitas layanan), sebagaimana yang dipersepsikan oleh pelanggan, sebagai seberapa jauh perbedaan antara harapan atau keinginan pelanggan dengan persepsi yang dirasakan, atas pelayanan yang mereka terima (Tjiptno, 2007). Kualitas Layanan Perbankan (Banking Service Quality/BSQ) adalah bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima (preserved service) dengan tingkat layanan yang diharapkan. Bahia dan Nantel (2000, h.84-91) menjabarkan 6 dimensi banking service quality, yaitu :

1. Keefektifan dan Jaminan merupakan gabungan antara kompetensi dan tingkat respon yang baik dari karyawan serta faktor keamanan.
2. Akses, merupakan persepsi anggota terhadap teknologi dan elemen penting yang menjamin akses transaksi.
3. Harga, merupakan faktor yang berhubungan langsung dengan biaya yang dikenakan.
4. Keterwujudan, mengacu kepada suasana, perlengkapan layanan dan tampilan layanan.

5. Portofolio jasa, mengarah pada layanan yang lengkap dan yang konsisten mengikuti perkembangan dunia perbankan.
6. Keandalan, dibentuk dari dua indikator yaitu sistem pengarsipan yang baik dan tidak terjadinya kesalahan dalam proses penyampaian jasa.

## 2.2. Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2007) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah

*Customer satisfaction is the level of a persons felt state resultating from comparing a products perceived performance (or outcome) in relation to the persons expectation*

Apabila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Bila kinerja sesuai harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira. Pelanggan yang merasa puas akan membeli ulang dan mereka memberitahu orang lain mengenai pengalaman baik tentang produk itu. Kuncinya adalah memadukan harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan.

## 2.3. Loyalitas Pelanggan

Menurut Tjipno (2000) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Sedangkan Kotler (2001) mengatakan

*The long term success of a particular brand is not based on the number of consumer who purchase it only once, but in the nuber who become repeat purchase.*

Maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang loyal tidak diukur dari beberapa banyak dia membeli barang atau jasa, tetapi seberapa sering ia melakukan pembelian ulang, termasuk juga bagaimana pelanggan merekomendasikan orang lain untuk membeli.

# 3. Metode Penelitian

## 3.1. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Zulfanef (2008:11) penelitian ini menggunakan metode explanatory adalah penelitian yang bertujuan menelaah kausalitas antar variabel yang menjelaskan suatu fenomena tertentu melalui pengujian hipotesa. Pengujian hipotesa dilakukan secara kuantitatif menggunakan analisa regresi berganda dan regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS.

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan variabel yang diteliti berupa:

### 1. Kuisisioner.

Metode pengumpulan data melalui kuisisioner adalah dengan membagikan kuisisioner yang isinya berupa rangkaian pertanyaan kepada responden yang merupakan pelanggan KSP Rentha Jaya secara tertulis, sehubungan dengan variabel-variabel persepsi pelanggan atas kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan yang akan diteliti.

### 2. Observasi

Metode pengumpulan data melalui observasi adalah dengan melakukan pengamatan langsung kepada KSP RJ tentang persepsi pelanggan atas kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan

### 3. Studi Literatur

Metode pengumpulan data melalui studi kepustakaan adalah dengan mengumpulkan data sekunder dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku, jurnal-jurnal tentang kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas. Tujuan dari studi literatur ini sebagai landasan teori yang akan digunakan sebagai pendukung dan pembandingan dari hasil observasi yang dilakukan.

### 4. Wawancara

Metode pengumpulan data melalui wawancara adalah dengan mewawancarai langsung maupun via telephone pihak manajemen dan pelanggan KSP RJ. Hal tersebut dilakukan bertujuan mendapatkan informasi mengenai kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan KSP RJ.

## 3.2. *Populasi dan Sampel*

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini pelanggan yang telah memakai jasa KSP RJ selama 1-2 tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probabilistic sampling yang merupakan pengumpulan informasi dari anggota populasi dengan acak yang dengan senang hati bersedia memberikannya, diperoleh 100 responden.

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$

dimana,  $N$  = ukuran populasi,  $e$  adalah batas kesalahan yang dapat ditoleransi dalam penarikan sampel, dan  $n$  adalah ukuran sampel minimum, sehingga di peroleh sebagai berikut :

$$n = \frac{2.289}{1 + 2.289 \times 0.1^2} = 95,81 \approx 96$$

Dengan menggunakan perhitungan melalui substitusi terhadap rumus Slovin didapatkan jumlah sampel minimum yang akan di capai adalah 96 responden, tetapi peneliti akan menyebar kuisisioner kepada 100 responden.

### 3.3. Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan pada kerangka hipotesis yang sudah dijelaskan maka penelitian ini memiliki 3 jenis variabel : 1) Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi pelanggan atas kualitas layanan (X) yang terdiri dari sub variabel Keefektifan dan Jaminan (Effectiveness and Assurance) (X1), Akses (Access) (X2), Harga (Price) (X3), Keterwujudan (Tangible) (X4), Portofolio Jasa (Service Portfolio) (X5), Kehandalan (Reliability) (X6). 2) Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas (Y). 3) Intervening Variabel yaitu variabel yang secara teoritis mempunyai mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Intervening variabel dalam penelitian ini adalah Kepuasan anggota (Z).

Tabel 1. Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Skala
<b>Kualias Layanan (X)</b>	Keefektifan dan Jaminan ( <i>Effectiveness and Assurance</i> ) (X1)	Kemampuan koperasi untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat, cepat dan terpercaya / keamanan dalam transaksi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penepatan janji yang telah dibuat kepada pelanggan.</li> <li>• Kecepatan dalam pelayanan yaitu menyelesaikan masalah pelanggan.</li> <li>• Pelayanan dengan sabar dalam menanggapi keluhan dari pelanggan.</li> <li>• Keamanan saat bertransaksi</li> </ul>	Ordinal
	Akses (X2)	Peralatan yang modern dan elemen-elemen penting yang menjamin akses yang mudah bagi transaksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan yang cepat dengan jumlah <i>customer service</i> dan <i>teller</i> yang memadai</li> <li>• Pemberian kwitansi sesuai dengan jatuh temponya.</li> <li>• Layanan mendapatkan informasi yang cepat melalui program baik angsuran maupun sisa pinjaman.</li> </ul>	Ordinal
	Harga (X3)	Faktor yang berhubungan langsung dengan biaya-biaya yang dikenakan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya administrasi yang terjangkau.</li> <li>• Bunga yang terjangkau.</li> </ul>	Ordinal
	Keterwujudan (X4)	Suasana, perlengkapan pelayanan dan tampilan pelayanan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasilitas fisik yang dimiliki memadai</li> <li>• Kerapihan dan penampilan secara profesional yang dimiliki pegawai.</li> <li>• Peralatan memadai yang dimiliki perusahaan dalam melayani pelanggan.</li> <li>• Lokasi yang terjangkau</li> </ul>	Ordinal
	Portofolio Jasa (X5)	Pelayanan yang lengkap dan pelayanan yang konsisten mengikuti perkembangan dunia perbankan.	Jenis kredit yang variasi	Ordinal
	Kehandalan (X6)	Sistem pengarsipan yang baik dan tidak terjadinya kesalahan dalam proses penyampaian jasa.	Sistem penyimpanan berkas maupun jaminan pelanggan secara aman baik penerimaan dan penyerahan berkas.	Ordinal
<b>Kepuasan Pelanggan (Z)</b>		Perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terciptanya pemenuhan harapan pelanggan terhadap layanan secara akurat, cepat dan terpercaya/keamanan dalam transaksi.</li> <li>• Terciptanya pemenuhan harapan pelanggan terhadap peralatan yang modern dan elemen-elemen penting yang menjamin akses yang mudah bagi transaksi.</li> <li>• Terciptanya pemenuhan harapan pelanggan terhadap biaya-biaya yang dikenakan terjangkau.</li> <li>• Terciptanya pemenuhan harapan pelanggan terhadap suasana, perlengkapan layanan dan tampilan layanan.</li> <li>• Terciptanya pemenuhan harapan pelanggan terhadap layanan yang lengkap dan konsisten mengikuti perkembangan dunia perbankan.</li> <li>• Terciptanya pemenuhan harapan pelanggan terhadap sistem pengarsipan yang baik dan tidak terjadinya kesalahan dalam proses penyampaian jasa.</li> </ul>	Ordinal
<b>Loyalitas (Y)</b>		Munculnya komitmen yang dipegang konsistensi dari pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembelian secara berulang</li> <li>• Pemberian rekomendasi kepada orang lain</li> <li>• Tidak terpengaruh pesaing lain</li> </ul>	Ordinal

4. Analisis Data

4.1. Analisis Deskriptif

Gambaran data hasil tanggapan responden dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana kondisi setiap variabel yang diteliti. Agar lebih mudah dalam menginterpretasikan variabel yang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap tanggapan responden berdasarkan rata-rata skor tanggapan responden. Untuk mempermudah dalam menginterpretasikan hasil penelitian responden, peneliti mengacu pada kriteria perentase skor tanggapan responden sebagai berikut:

Tabel 2. Kriteria Interpretasi Nilai Persentase

No	Jumlah Skor	Kriteria
1	1,00 –1,80	Tidak Baik
2	1,81 –2,60	Kurang Baik
3	2,61–3,40	Cukup Baik
4	3,41–4,20	Baik
5	4,21 – 5	Sangat baik

Sebagaimana telah dijelaskan pada bagian sebelumnya bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Koperasi Simpan Pinjam Rentha Jaya Purwakarta. Untuk keperluan analisis dilakukan analisis regresi linier berganda yang terdiri dari persamaan regresi linier berganda, analisis korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis dengan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

4.1.1. Analisis Mengenai Kualitas Jasa

Kualitas jasa dalam penelitian ini terdiri dari enam sub variabel yaitu keefektifan dan jaminan, akses, harga, keterwujudan, fortofolio jasa dan kehandalan.

Tabel 3. Analisis Terhadap Kualitas Jasa

No	Sub Variabel	Rata-Rata
1	Keefektifan dan Jaminan	4,46
2	Akses	4,55
3	Harga	3,50
4	Keterwujudan	3,95
5	Portopolio Jasa	3,77
6	Kehandalan	3,33



Berdasarkan rekapitulasi di atas terlihat bahwa nilai rata-rata kualitas jasa tertinggi dicapai oleh sub variabel keefektifan dan jaminan dengan nilai rata-rata yang dicapai sebesar 4,46. Diikuti berturut-turut oleh akses sebesar 4,55, keterwujudan sebesar 3,95, portofolio jasa sebesar 3,77, harga sebesar 3,50 dan nilai rata-rata terkecil dicapai oleh sub variabel kehandalan sebesar 3,33. Dari penilaian keseluruhan mengenai keefektifan dan jaminan diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,46. Hal ini menunjukkan bahwa keefektifan dan jaminan terhadap pelanggan dinilai sangat baik oleh pelanggan yang ditunjukkan dengan layanan yang cepat, tepat dan tanggap dalam melayani baik pada saat pengajuan pinjaman, proses survei sampai dengan proses cair pinjaman tersebut.

#### 4.1.2. Analisis Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 4. Analisis Terhadap Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS	S	KS	TS	STS		
1	Saya puas dengan pelayanan yang cepat dan tepat dari KSP RJ	31	65	4	0	0	427	4,27
2	Saya merasa puas dengan kemampuan yang dimiliki petugas KSP RJ	16	26	25	25	8	317	3,17
3	Saya merasa puas dengan fasilitas yang dimiliki KSP RJ	18	23	9	27	23	286	2,86
4	Saya merasa puas dengan keamanan, kenyamanan dan kebersihan kantor KSP RJ	72	20	4	3	1	459	4,59
Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelanggan								3,72

Dari keempat indikator yang diajukan mengenai kepuasan pelanggan, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,72 yang menunjukkan bahwa pelanggan KSP Rentha Jaya memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Akan tetapi pada indikator kedua dan ketiga sebanyak 25% dan 27% tidak setuju karena pelanggan menilai masih kurangnya skill dari karyawan tsb dalam memberikan layanan dan dengan fasilitas KSP RJ yang masih dinilai kurang terawat dan nyaman untuk pelanggan datang ke kantor tersebut.

#### 4.1.3. Analisis Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari keempat indikator yang diajukan mengenai loyalitas pelanggan, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,49. Yang menunjukkan bahwa pelanggan KSP Rentha Jaya memiliki loyalitas yang tinggi. Pada tabel diatas bisa terlihat bahwa dari empat indikator itu sebagian tidak setuju baik mengenai pelayanan dan merekomendasikan ke yang lainnya karena karyawan masih kurang bisa dengan tepat mengambil perhatian beberapa pelanggan yang kurang puas dengan layanan yang ada.

Tabel 5. Analisis Terhadap Loyalitas Pelanggan

No	Indikator	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS	S	KS	TS	STS		
1	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain	4	46	36	14	0	340	3,40
2	Saya akan menyatakan hal-hal positif mengenai jasa yang diitawarkan KSP RJ	7	43	39	10	1	345	3,45
3	Saya tidak ingin berpindah dari KSP RJ	8	41	44	7	0	350	3,50
4	Saya akan mengajukan permohonan pinjaman kembali di KSP RJ	4	60	30	6	0	362	3,62
Rata-Rata Variabel Loyalitas Pelanggan								3,49

4.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis Ordinary Least Square (OLS) bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

4.2.1. Uji Normalitas Data

Dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Untuk menguji apakah data yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan uji Kolmogorov Smirnov dengan ketentuan sebagai berikut:

- a Jika probabilitas  $\geq 0,05$  maka distribusi dari populasi adalah normal
- b Jika probabilitas  $< 0,05$  maka populasi tidak berdistribusi secara normal

Dari hasil pengujian normalitas data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa nilai signifikansi yang diperoleh masing-masing variabel bebas dan variabel terikat lebih besar dari 0,05. Sesuia dengan ketentuan di atas menunjukkan bahwa data yang digunakan berdistribusi secara normal, sehingga asumsi normalitas data terpenuhi.

4.2.2. Uji Multikolinieritas

Cara untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dengan cara melihat tabel VIF (*Variance Inflation Factor*) dan tolerance. Jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1, maka tidak menunjukkan adanya masalah multikolinieritas. Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa nilai tolerance yang diperoleh kedua variabel bebas  $> 0,1$  dan *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$ . Hal

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Data

		Kualitas Jasa	Kepuasan	Loyalitas
N		100	100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	60,7597	11,9981	12,1585
	Std. Deviation	6,88666	2,20735	2,75708
Most Extreme Differences	Absolute	,072	,078	,117
	Positive	,072	,035	,102
	Negative	-,038	-,078	-,117
Kolmogorov-Smirnov Z		,723	,777	1,165
Asymp. Sig. (2-tailed)		,673	,582	,132

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Tabel 7. Hasil Uji Multikolineritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Jasa	,880	1,137
	Kepuasan	,880	1,137

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

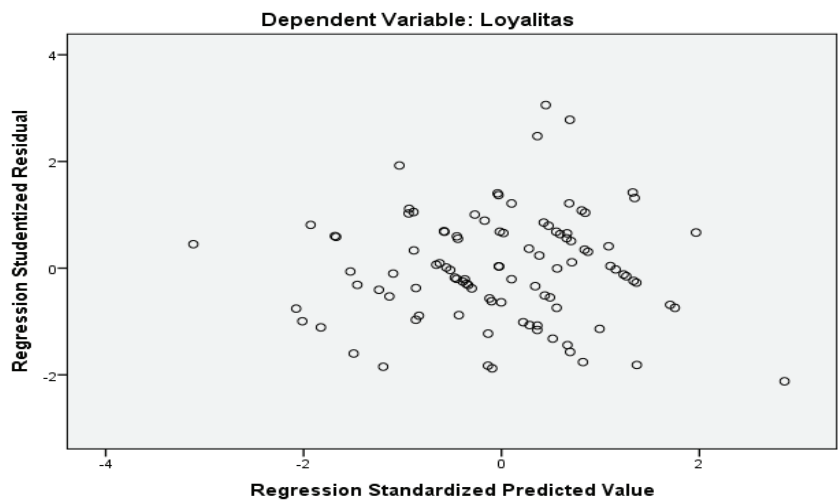
ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yang digunakan terbebas dari masalah multikolineritas, sehingga asumsi multikolineritas terpenuhi.

#### 4.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2011) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas, dapat dilihat dengan menggunakan dengan metode scatter plot, dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan gambar di atas, diketahui titik-titik yang diperoleh menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu atau menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data yang diteliti



Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Gambar 2. Grafik Pengujian Heteroskedastisitas

tidak ditemukan masalah heteroskedastisitas. Dari ketiga pengujian asumsi klasik di atas, tidak ditemukan adanya pelanggaran asumsi klasik, sehingga analisis regresi linier berganda bisa digunakan.

4.3. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui apakah kedua variabel yang terdiri dari kualitas jasa dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama memberikan kontribusi pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, maka dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

Tabel 8. Pengujian Hipotesis Simultan

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2,803	2,026		,170
	Keefektifan dan jaminan	,146	,119	,169	,223
	Akses	,115	,155	,102	,457
	Harga	,325	,172	,210	,063
	Keterwujudan	-,054	,103	-,061	,603
	Portofolio Jasa	,155	,161	,108	,340
	Kehandalan	,297	,074	,411	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel output di atas, terlihat bahwa nilai F-hitung yang diperoleh sebesar 67,636 > F-tabel 3,090. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H0 ditolak

dan  $H_a$  diterima. Artinya secara simultan kedua variabel yang terdiri dari kualitas jasa dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta.

#### 4.3.1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama (simultan). Nilai F hitung yang diperoleh dari hasil regresi akan dibandingkan dengan nilai F tabel, serta membandingkan nilai signifikansi dari hasil regresi dengan nilai ( $\alpha$ ) : 0,05. Kriteria uji : tolak  $H_0$  jika nilai F-hitung > F-tabel.

Tabel 9. Pengujian Hipotesis Simultan Sub Struktur I

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2,803	2,026		1,384
	Keefektifan dan jaminan	,146	,119	,169	1,226
	Akses	,115	,155	,102	,747
	Harga	,325	,172	,210	1,884
	Keterwujudan	-,054	,103	-,061	,521
	Portofolio Jasa	,155	,161	,108	,960
	Kehandalan	,297	,074	,411	4,041

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai F-hitung yang diperoleh sebesar 4,016 > F-tabel 2,198. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  ditolak artinya secara simultan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta.

#### 4.3.2. Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t)

Adapun rumusan hipotesis yang akan diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$ , Keefektifan dan jaminan tidak berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta.

$H_a : \beta_1 \neq 0$ , Keefektifan dan jaminan berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta. Dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria : Tolak  $H_0$  jika t-hitung lebih besar dari t-tabel, terima dalam hal lainnya.

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial  $X_1$  dapat dilihat pada tabel (10).

Berdasarkan tabel (10), diperoleh bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 1,226, berada diantara nilai t-tabel (-1,986 dan 1,986). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  diterima dan Haditolak. Artinya secara parsial, keefektifan dan jaminan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta.

Tabel 10. Pengujian Hipotesis Parsial  $X_1$  (Model I)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,803	2,026		1,384	,170
	Keefektifan dan jaminan	,146	,119	,169	1,226	,223
	Akses	,115	,155	,102	,747	,457
	Harga	,325	,172	,210	1,884	,063
	Keterwujudan	-,054	,103	-,061	-,521	,603
	Portofolio Jasa	,155	,161	,108	,960	,340
	Kehandalan	,297	,074	,411	4,041	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

$H_0 : \beta_2 = 0$ , Akses secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta.

$H_a : \beta_2 \neq 0$ , Akses secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta.

Dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria : Tolak  $H_0$  jika t-hitung lebih besar dari t-tabel, terima dalam hal lainnya Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial  $X_2$  sebagai berikut:

Tabel 11. Pengujian Hipotesis Parsial  $X_2$ (Model I)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,803	2,026		1,384	,170
	Keefektifan dan jaminan	,146	,119	,169	1,226	,223
	Akses	,115	,155	,102	,747	,457
	Harga	,325	,172	,210	1,884	,063
	Keterwujudan	-,054	,103	-,061	-,521	,603
	Portofolio Jasa	,155	,161	,108	,960	,340
	Kehandalan	,297	,074	,411	4,041	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 0,747, berada diantara nilai t-tabel (-1,986 dan 1,986). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  diterima dan Haditolak. Artinya secara parsial, akses tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta.

$H_0 \beta_3 = 0$  : Harga secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta.

$H_a \beta_3 \neq 0$  : Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta.

Dengan taraf signifikansi 0,05, dan kriteria : Tolak  $H_0$  jika t-hitung lebih besar dari t-tabel, terima dalam hal lainnya Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial  $X_3$  sebagai berikut:

Tabel 12. Pengujian Hipotesis Parsial  $X_3$ (Model I)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,803	2,026		1,384	,170
	Keefektifan dan jaminan	,146	,119	,169	1,226	,223
	Akses	,115	,155	,102	,747	,457
	Harga	,325	,172	,210	1,884	,063
	Keterwujudan	-,054	,103	-,061	-,521	,603
	Portofolio Jasa	,155	,161	,108	,960	,340
	Kehandalan	,297	,074	,411	4,041	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 1,884, berada diantara nilai t-tabel (-1,986 dan 1,986). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  diterima dan Haditolak. Artinya secara parsial, harga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta.

$H_0 \beta_4 = 0$  : Keterwujudan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta.

$H_a \beta_4 \neq 0$  : Keterwujudan secara parsial berpengaruh v terhadap kepuasan pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta.

Dengan taraf signifikansi 0,05, dan kriteria : Tolak  $H_0$  jika t-hitung lebih besar dari t-tabel, terima dalam hal lainnya Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial  $X_4$  sebagai berikut:

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar -0,521, berada diantara nilai t-tabel (-1,986 dan 1,986). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  diterima dan Haditolak. Artinya secara parsial, keterwujudan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta.

$H_0 \beta_5 = 0$  : Fortofolio jasa secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta.



Tabel 13. Pengujian Hipotesis Parsial  $X_4$ (Model I)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	2,803	2,026		1,384
	Keefektifan dan jaminan	,146	,119	,169	1,226
	Akses	,115	,155	,102	,747
	Harga	,325	,172	,210	1,884
	Keterwujudan	-,054	,103	-,061	-,521
	Portofolio Jasa	,155	,161	,108	,960
	Kehandalan	,297	,074	,411	4,041

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

$H_a \beta_5 \neq 0$  : Fortofolio jasa secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta.

Dengan taraf signifikansi 0,05, dan kriteria : Tolak  $H_0$  jika t-hitung lebih besar dari t-tabel, terima dalam hal lainnya Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial  $X_5$  sebagai berikut:

Tabel 14. Pengujian Hipotesis Parsial  $X_5$ (Model I)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	2,803	2,026		1,384
	Keefektifan dan jaminan	,146	,119	,169	1,226
	Akses	,115	,155	,102	,747
	Harga	,325	,172	,210	1,884
	Keterwujudan	-,054	,103	-,061	-,521
	Portofolio Jasa	,155	,161	,108	,960
	Kehandalan	,297	,074	,411	4,041

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 0,960, berada diantara nilai t-tabel (-1,986 dan 1,986). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya secara parsial, fortofolio jasa tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta.

$H_0 \beta_6 = 0$  : Kehandalan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta.

$H_a \beta_6 \neq 0$  : Kehandalan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta.



Dengan taraf signifikansi 0,05, dan kriteria : tolak  $H_0$  jika t-hitung lebih besar dari t-tabel, terima dalam hal lainnya Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial  $X_6$  sebagai berikut:

Tabel 15. Pengujian Hipotesis Parsial  $X_6$ (Model I)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2,803	2,026		1,384
	Keefektifan dan jaminan	,146	,119	,169	1,226
	Akses	,115	,155	,102	,747
	Harga	,325	,172	,210	1,884
	Keterwujudan	-,054	,103	-,061	-,521
	Portofolio Jasa	,155	,161	,108	,960
	Kehandalan	,297	,074	,411	4,041

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 4,041, berada diluar nilai t-tabel (-1,986 dan 1,986). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara parsial, kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta.

$H_0 \beta = 0$  : Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta.

$H_a \beta \neq 0$  : Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta.

Dengan taraf signifikansi 0,05, dan kriteria : Tolak  $H_0$  jika t-hitung lebih besar dari t-tabel, terima dalam hal lainnya Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial sebagai berikut:

Tabel 16. Pengujian Hipotesis (Model Kepuasan Terhadap Loyalitas)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2,778	1,200		2,315
	Kepuasan Pelanggan	,782	,098	,626	7,945

a. Dependent Variable: Loyalitas

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 7,945, berada diluar nilai t-tabel (-1,984 dan 1,984). Sesuai dengan

kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  ditolak dan Haditerima. Artinya kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta.

4.4. *Persamaan Regresi*

Model persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \varepsilon$$

Keterangan :  $X_1$  = keefektifan dan jaminan,  $X_2$  = akses,  $X_3$  = harga,  $X_4$  = keterwujudan,  $X_5$  = portofolio jasa,  $X_6$  = kehandalan, = Koefisien regresi. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 17. Persamaan Regresi Linier Berganda (Model I)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,803	2,026		1,384	,170
	Keefektifan dan jaminan	,146	,119	,169	1,226	,223
	Akses	,115	,155	,102	,747	,457
	Harga	,325	,172	,210	1,884	,063
	Keterwujudan	-,054	,103	-,061	-,521	,603
	Portofolio Jasa	,155	,161	,108	,960	,340
	Kehandalan	,297	,074	,411	4,041	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dengan demikian, persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 2,803 + 0,146X_1 + 0,115X_2 + 0,325X_3 - 0,054X_4 + 0,155X_5 + 0,297X_6$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 2,903 menyatakan bahwa jika keenam variabel bebas bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka kepuasan pelanggan akan bernilai sebesar 2,903.
- b. Nilai variabel  $X_1$  yaitu keefektifan dan jaminan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,146, artinya jika keefektifan dan jaminan meningkat, sementara variabel bebas lainnya konstant, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,146.
- c. Nilai variabel  $X_2$  yaitu akses memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,115, artinya jika akses meningkat sementara variabel bebas lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,115.

- d. Nilai variabel  $X_3$  yaitu harga memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,325, artinya jika harga meningkat, sementara variabel bebas lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,325.
- e. Nilai variabel  $X_4$  yaitu keterwujudan memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,054, artinya jika keterwujudan meningkat, sementara variabel bebas lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan akan menurun sebesar -0,054.
- f. Nilai variabel  $X_5$  yaitu portofolio jasa memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,155, artinya jika portofolio jasa meningkat, sementara variabel bebas lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,155.
- g. Nilai variabel  $X_6$  yaitu kehandalan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,297, artinya ketika kehandalan meningkat, sementara variabel bebas lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,297.

Tabel 18. Persamaan Regresi Linier Sederhana (Model II)c

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,778	1,200		2,315	,023
	Kepuasan Pelanggan	,782	,098	,626	7,945	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Persamaan regresi linier sederhana yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

$$\hat{Z} = 2,778 + 0,782X$$

Dari hasil persamaan regresi linier sederhana tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 2,778 menyatakan bahwa jika kepuasan pelanggan bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka loyalitas pelanggan akan bernilai sebesar 2,778.
- b. Nilai variabel  $X$  yaitu kepuasan pelanggan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,782, artinya jika kepuasan pelanggan meningkat, maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,782.

#### 4.5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi ( $R$ ) atau disebut juga  $R$ -Square. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauhmana kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel (19) dan (20).

Tabel 19. Koefisien Determinasi (Model I)

Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.454 <sup>a</sup>	.206	.155	2,02960

- a. Predictors: (Constant), Kehandalan, Keterwujudan, Keefektifan dan jaminan, Harga, Portofolio Jasa, Akses
- b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel output di atas, terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh sebesar 0,454, koefisien determinasi  $KD = 20,6\%$ . Dari hasil perhitungan di atas diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 20,6%. Hal ini menunjukkan bahwa keenam variabel bebas yang terdiri dari keefektifan dan jaminan, akses, harga, keterwujudan, portofolio jasa dan kehandalan memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta sebesar 20,6%, sedangkan 79,4% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 20. Koefisien Determinasi (Model II)

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.626 <sup>a</sup>	.392	.386	2,16110

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan
- b. Dependent Variable: Loyalitas

Berdasarkan tabel output di atas, terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh sebesar 0,626, dan koefisien determinasi  $KD = 39,2\%$ . Dari hasil perhitungan di atas diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 30,2%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memberikan kontribusi pengaruh terhadap loyalitas pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta sebesar 39,2%, sedangkan 60,8% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- Secara parsial, kualitas jasa memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta dengan kontribusi yang

diberikan sebesar 29,1%. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh KSP RJ maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hal ini dapat terlihat dengan cara pembuatan manajemen penanganan keluhan yang lebih baik sehingga keluhan pelanggan dapat ditekan dan bisa diatasi dengan segera dan tepat. Pihak manajemen KSP RJ juga bisa mengkaji lebih dalam tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui karakteristik responden yang menggunakan jasa tsb sehingga kualitas dan kepuasan dapat ditingkatkan untuk kelangsungan KSP RJ dimata publik.

- Secara parsial, kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta dengan kontribusi yang diberikan sebesar 29,1%.

Seperti yang terjadi saat ini semua perusahaan berlomba-lomba memuaskan pelanggannya untuk menciptakan lingkaran loyalitas pelanggan yang tentunya akan berdampak pada bisnis perusahaan. Sebab jika tidak, maka pelanggan akan lari ke kompetitor yang memberikan layanan lebih baik. Maka fokus perusahaan khususnya KSP RJ ini bukan lagi bermuara pada kualitas jasa maupun harga yang lebih terjangkau tetapi juga bagaimana perusahaan dan KSP RJ tersebut melakukan interaksi dan memperhatikan kebutuhan pelanggannya. Sebab pelanggan yang loyal menjadi sumber pemasukan bagi pendapatan KSP tersebut. Hal ini dapat dimulai dengan meningkatkan kualitas layanan pelanggan untuk meretensi pelanggan lama dan menambahkan pelanggan baru.

- Secara simultan, kualitas jasa dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan KSP Renthia Jaya Purwakarta dengan kontribusi yang diberikan sebesar 58,2%, sedangkan 41,8% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

Untuk itu, pihak manajemen KSP RJ harus membekali karyawannya dengan standar pelayanan global, tidak hanya melihat karyawan dari sisi penampilan saja tetapi juga dari sisi tata bahasa dan gesture yang baik ke pelanggan. Dengan edukasi yang baik serta melatih norma dan etika karyawan, maka karyawan akan memberikan pelayanan yang baik. Adapun cara-cara yang harus di tingkatkan oleh pihak manajemen yaitu :

- Membiarkan pelanggan tahu apa yang anda lakukan untuk mereka
- Tetap perlakukan pelanggan secara personal
- Mengingatkan acara-acara spesial kepada pelanggan
- Menyampaikan informasi terbaru
- Layani pelanggan dengan respon yang cepat dan tanggap

Kiat meningkatkan layanan pelanggan :

- Perbaiki tempat/kantor sesuai dengan standar

- Edukasi pegawai secara berkala agar memiliki keterampilan standar untuk melayani pelanggan dengan baik
- Pihak manajemen KSP RJ harus membentuk divisi khusus untuk layanan pelanggan untuk memberikan respons cepat dari semua feedback pelanggan yang masuk
- Perusahaan harus memberikan rewards ke karyawan yang berdedikasi melayani pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan
- Implementasi sistem dalam operasional KSP RJ sehingga membuat nyaman pelanggan

### Daftar Rujukan

- Akmalia, Ikfi. 2012. Analisis Kepuasan Nasabah atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 2, No. 1. Halaman 69-79
- Bahia, Kamilia & Jacques Nantel (2000), A Reliable and Valid Measurement Scale for the Perceived Service Quality of Banks, *International Journal of Bank Marketing*, 18/2, p. 84-91
- Emari, H., S.Iranzadeh dan S. Barkhshayesh Determining the Dimension of Service Quality in Banking Industry : Examining the Gronroos Model in Iran
- Gutomo. 2012. Pendayagunaan Koperasi Simpan Pinjam di Kota Kediri. *Jurnal Ilmu Hukum MIZAN*. Vol. 1, No. 1, Halaman 53-64
- Imam, Ghozali. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang : BP Univ.Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis,Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat.Jakarta
- Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran Jilid 2. Terjemahan Drs. Benyamin Molan. PT. Indeks, Jakarta.
- Latifah, Nurul. 2006. Akuntansi untuk Koperasi Simpan Pinjam atau Unit Simpan Pinjam. *Jurnal Fokus Ekonomi*. Vol. 1, No. 1, Halaman 63-80
- Nirmalawati, dkk., 2013. Dampak Regulasi Modal dan Kepemilikan Tunggal pada Persaingan Industri Perbankan di Indonesia. *International Conference for Emerging Markets (ICEM 2013)*. Yogyakarta, 27 November 2013
- Nurfitriana, Eka Afrilia dan Alrianingrum, Septina. 2014. Koperasi Karyawan Redrying di Bojonegoro Tahun 1980-1985. *Jurnal AVATARA*. Vol. 2, No. 1, Halaman 96-101
- Olson, Peter, 1993, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, Richard D. Irwan Inc, Boston, Third Edition.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry. 1998. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, Tahun 1998.

- Payne, Andrian, 2000, *Pemasaran Jasa (The Essence of Service Marketing)*, Terjemahan Fandy Tjiptono, Edisi 1, Cet.1, Yogyakarta, Andi.
- Rangkuti, Freddy, 2002, *Measuring Consumer Satisfaction : Gaining Customer Relation Strategy*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy, 2003, *Measuring Customer Satisfaction*. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Rochmadi, Ikhsan. 2011. Analisis Dampak Perdagangan Bebas dan Global pada Bergesernya Nilai Budaya, Prinsip, dan Tujuan Koperasi. *Jurnal Ekonomika*. Vol. 4, No. 2, Halaman 45-51
- Saputri, Novita. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda Unit Sangasanga. *eJournal Administrasi Bisnis*. Vol. 1, No. 3, Halaman 240-254.
- Sekaran, U, 2006. *Research Methods For Business*. Buku2.Edisi 4. Salemba Empat, Jakarta
- Supranto, J, 2002, *Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan, untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Sutawijaya, Adrian dan Lestari, Ety Puji. 2009. Efisiensi Teknik Perbankan Indonesia Pascakrisis Ekonomi: Sebuah Studi Empiris Penerapan Model DEA. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 10, No. 1, Halaman 49-67
- Tjiptono, Fandi, 2000, *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama, Jogjakarta.
- Tjiptono, Fandi, 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi kedua, Cetakan keempat, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset Undang-undang Republik Indonesia Nomor 17 tahun 2012 tentang Perkoperasian
- Widyaratna, dkk., 2001. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris (Studi Kasus pada Ayam Penyet sebagai Menu Unggulan Warung Bu Kris). *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. 3, No. 2, Halaman 85-95
- Winardi, 2001, *Kamus Ekonomi* Penerbit Mandar Maju, Bandung.
- Zeithaml, V.A., and Bitner, M.J., 1996, *Service Marketing*, The McGraw-Hill Companies, Inc., Singapore.
- Zulganef. 2006. *Pemodelan Persamaan Struktural dan Aplikasinya Menggunakan Amos 5*. Bandung : Pustaka.